

## 乡村振兴金融的营销发展

课程大纲

开篇讲授：

- 1、国家扶贫办公室与乡村振兴局有什么不同？
- 2、国家乡村振兴局在国家发展中的地位？
- 3、金融行业如何踏上这趟列车？
- 4、当地的金融行业能为乡村振兴提供什么？

一、银行信贷营销思维

(一) 银行业务是产品还是服务  
信贷业务是产品吗？  
信贷业务是服务吗？

(二) 银行营销面临的三大难题

拓客难：坐“椅”待“币”到主动营销；

留客难：产品关系到情感关系；

成交难：销产品到销自己；

(三) 客户经理的两种角色与四种类型

两种角色：生活的助手，事业的参谋；

四种类型：关系型、资源型、专家型、顾问型

(四) 金融顾问的信贷营销角色塑造

1、金融业务三类营销角色分析

(1) “爷”——从不主动出击，坐等客户上门

(2) “推销员”——与巨大的工作量成绝对反比的低成交率以及低客户感知

(3) “金融顾问”——能赢得客户托福终身的专业伙伴

2、金融顾问角色的特征

(1) 基于客户的金融现状与实际需求

(2) 时刻以客户的利益为中心

(3) 能真正为客户负责

(五) 银行提供产品还是提供平台

(1) 产品能走多远

(2) 平台能走多远

(六) 银行信贷平台营销理论 4R

关联、反应、关系、回报

如何通过 4R 营销理论做好银行贷款平台建设，尤其是三农

(1) 当地特色种植是什么

(2) 周边地区特色种植是什么

(3) 当地特色养殖是什么

(4) 周边地区特色养殖是什么

(5) 如何借助政府农委力量

(6) 如何打通上下游让种植养殖销售更简单

(7) 一村一特色还是不同村同特色

案例:无为村镇银行精准脱贫“螃蟹”养殖、“白鹅”养殖、“水稻”种植、“火龙果”种植

## 二、知己知彼：信贷产品及客户需求分析

- 1、营销五问
- 2、不同信贷产品分析
- 3、客户需求分析
- 4、客户情报搜集
- 5、了解客户的家庭：背景——需求——营销策略
- 6、银行平台建设

案例：安徽无为村镇银行

## 三、“一品一策”——不同信贷产品的精准营销

### 1、职贷通——公职人员消费小额贷款

【产品定义】：

想辖区内在职公务员或企事业单位工作人员，以借款人工资收入为担保，提供用于消费用途的小额贷款业务，一次授信，循环使用，随用随贷，阳光操作。

【适用对象】：

在职公务员或企事业工作人员

【精准营销】

公职人员消费贷款客户开发（案例分析与技巧要点）

网格化机关客户筛选的方法与标准

如何寻找最短的销售路径

宣讲营销的会前准备，会中执行，会后跟进

案例分析：

A、银行客户节：银行自己的双 11 节日

B、四川农信：YES!!!贷款也可以赢金砖！

工具导入：

机关营销共创会

机关网格化分布图

成果分享：

机关信贷营销宣讲 PPT 制作分享

### 2、消贷通——个人综合消费贷款

【产品定义】：

向辖内居民发放的，用于指定消费用途的小额贷款。

【适用对象】：

具备稳定收入来源和良好信用记录的居民。

【精准营销】：

银商联盟营销的两个原则

银商联盟营销九部曲

潜力客户的标准、营销定位、管理工具

潜力客户营销方法、技巧与路径

如何寻找最短的销售路径

数据库消费贷款精准营销

商圈消费贷款精准营销

社区消费贷款精准营销

关系营销

案例分析：

- A、没钱装修不用难，邮储无息来出钱
- B、农商苏宁，疯狂采购节
- C、银行给我办婚礼？word 姐，真滴吗！！！！

工具导入：

- 营销方案十问
- 价值再造的五大专享

经验分享：

- 一线员工在执行存量客户提升营销遇见的挑战与应对方法
- 3、车贷通——个人汽车消费贷款

【产品定义】：

向辖区内用于购买一手自用汽车的个人发放的按揭贷款。

【适用对象】：

具备稳定收入来源、信用记录良好且在我行合作汽车经销商处购车的自然人。

【精准营销】：

- 汽车按揭贷款方案设计
- 宣传造势的渠道与路径
- 如何增强合作商及汽车销售代表的功力
- 微信营销及网络营销的运用

案例分析：

- A、汽车 4S 店数据库深度营销，实现 10 倍业绩
- B、车友俱乐部，车贴换车两不误

工具导入：

- 海报、彩页、易拉宝制作技巧

经验分享：

- 数据库营销的综合运用
- 4、住房贷——居民住房按揭贷款（含二手房按揭贷款）

【产品定义】：

向辖区内用于购买房屋的自然人发放的按揭贷款，包括住房和商业用房。

【适用对象】：

具备稳定收入来源、信用记录良好且在我行合作房地产开发商、房产中介处购房的自然人。

【精准营销】：

- 房地产开发商的选择与谈判
- 住房按揭贷款营销方案策划与设计
- 宣传造势的渠道与路径
- 微信营销及网络营销的运用
- 如何增强合作商及置业顾问的销售动力
- 二手房按揭贷款，如何满足中介、卖房、买房、房屋交易中心的不同需求，找到最佳平衡点。

案例分析：

- A、内部团购、农商送钱又省钱！
- B、聚人气，有福气——农商行帮您做邻居

工具导入：

客户需求分析表

社群侦查表

经验分享：

谁是二手房置业的主力军？

5、商贷通——个人工商户经营小额贷款

【产品定义】：

向辖区内个体工商户生产经营中的流动资金需求而发放的贷款。

【适用对象】：

经营周期短、资金需求频繁的个体工商户。

【精准营销】：

商圈营销业态商圈、商区商圈、社区商圈、企业商圈、组织商圈、人脉商圈

链条营销全产业链营销、三大链条一终端

集群营销四大产业集群、七大小微企业客户群、七大个人中高端客户群

海量营销客户群体三多海量营销，客户个体三高海量营销

覆盖营销覆盖式营销的形式，覆盖式营销的内容

数据营销本银行数据平台、政府数据平台、第三方数据平台、社会数据平台

联动营销

公私联动营销内容：客户联享、产品联用、渠道联通

小组讨论：

请小组代表银行制定一个公私联动的营销方案，确保该项目营销成功。

案例分析：

A、一网打尽——榆林建材城商圈集中营销！

B、商户联盟——授信联动营销是神功

经验分享：

台州银行如何做到“要你贷”到“我要贷”？

四、其他贷款品种典型案例分析

1.无忧贷——企业最高额抵（质）押贷款

2.农贷通——“三农”经营贷款

3.兴业贷——个人大额经营贷款

4.帮扶贷——产业带动扶贫贷款

5.创业贷——财政贴息创业小额贷款

6.金桥贷——融资性担保公私担保贷款

7.互助贷——企业担保贷款

8.公职贷——公务员就能贷款

五、它山之石：他行“一品一策”信贷产品创新

1.POS 贷创新案例分析

2.教师贷创新案例分析

3.保单贷创新案例分析

4.土豆贷创新案例分析

5.皮毛贷创新案例分析

6.乐享贷创新案例分析

7.车运贷创新案例分析

## 8.合作社平台贷款案例分析

### 六、信贷精准营销流程及实战训练

#### 1.客户开拓

您掌握本银行目标客户的画像技术吗？

如何从存量客户归纳出贵行的客户特征？

按需求找到目标客户的方法

您知道判断客户是否值得开发的标准吗？

实战演练：

本银行的目标客户画像

#### 2.客户分析

客户经理收集客户资料的4步骤

你需要了解的“客户购买魔方”

你们知道客户购买决策的5种角色/6类人员吗？

你们怎么判断客户的关键角色

客户经理如何制定销售作战地图

实战演练：

工具表格练习

#### 3.建立信任

客户关系发展的4个阶段

销售的核心是关心，关心的核心是信任

从哪三个方面可以与客户建立信任关系？

客户经理会用6种方法建立信任吗？

讨论：

客户经理如何与客户建立信任关系？

#### 4.挖掘需求

如何绘制客户需求树

客户企业的2类需求

如何分析客户个人的7种需求

怎样用Spin工具挖掘客户需求

实战演练：

给客户经理开发挖掘需求的工具（话术）

#### 5.呈现价值

你掌握FABE法则类吗？

提高方案展示效果提高4倍的秘诀

处理客户异议的5步骤

客户经理解除客户异议的3方法

实战演练：

客户经理开发异议处理的标准话术

#### 6.赢取承诺

如何与客户“讨价还价”

客户经理如何使用议价模型？

如何系统性的构思谈判问题？

谈判3个阶段及实战技巧

讨论：

    本银行有哪些议价筹码？

7.跟进服务

    售后跟踪的5大问题

    如何启用销售的无穷链，提升销售？

    客情管理与维护的6大方法

    如何将客户群体组织化？

实战演练：

    设置启动销售无穷链的标准动作